

**ANALISA PENGARUH KESADARAN MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TENDENCIES *CLOTHING*  
COMPANY,BINTARO,JAKARTA SELATAN  
(STUDI KASUS:WILAYAH BINTARO,JAKARTA SELATAN)**

Kartika Arisandi-0900826185

**ABSTRAK**

Tendencies *clothing company* adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang industri kreatif yang menghasilkan beraneka ragam produk-produk *fashion* seperti kaos,kemeja,tas,aksesoris dan masih banyak lagi macam produk *fashion* lainnya.Ditengah krisis global yang tengah melanda dunia saat ini,masyarakat menjadi mulai selektif terutama dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.Sehingga kesadaran akan sebuah merek dan persepsi kualitas yang baik menjadi faktor penting dalam melakukan keputusan pembelian.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian kali ini adalah metode asosiatif.Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner,selanjutnya data yang diperoleh tersebut dianalisis dengan menggunakan program SPSS16 dan menunjukkan bahwa hasil antara kesadaran merek dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian mempunyai pengaruh yang sangat kuat serta searah,dimana hal tersebut berarti bahwa kesadaran merek yang melekat dibenak konsumen sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebuah produk dan persepsi konsumen akan sebuah produk juga berperan penting dalam melakukan keputusan pembelian dalam hal ini produk-produk yang ditawarkan oleh Tendencies *clothing company*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa Tendencies *clothing company* harus mempertahankan dan meningkatkan kesadaran merek serta persepsi kualitas yang melekat dibenak konsumen dengan cara terus melakukan banyak inovasi baru agar merek Tendencies dapat terus diingat selain itu Tendencies *clothing company* juga harus selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas dari produknya sehingga Tendencies bisa dikenal dengan luas sebagai merek dengan kualitas yang terjaga.

Kata Kunci :Kesadaran merek, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian Produk.